



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Viabilidad de la Exportación de Aceite de Oliva de Argentina hacia los EE.UU.

Trabajo Final de Grado

Juan Ignacio D'Alessandro

Director de la Carrera de Comercio Internacional

Mgter. O. Sergio Tortosa G.

Coordinador Área TFG de la Carrera de Comercio Internacional

Lic. Enrique Omar Gumbau



1 Índice

1	Índice	2
2	Introducción	4
3	Aceite de oliva: origen	7
3.1	Producto	7
3.1.1	Generalidades del producto.....	7
3.1.2	Especificaciones del aceite de oliva	10
3.1.3	Beneficios de consumir aceite de oliva.....	13
3.1.4	Aspecto nutricional, terapéutico y culinario.....	14
4	Mercado Nacional.....	16
4.1	Principales lugares de producción en la Argentina	16
4.1.1	Características de Producción del Sector Argentino.....	16
4.2	Argentina y su rol como productor	18
4.2.1	Argentina como productora en el contexto internacional	21
4.3	Las ventas internas y externas de la Argentina.....	23
4.3.1	Los principales importadores.....	32
4.3.2	Marco regulatorio Nacional	33
4.3.3	Legislación Argentina:.....	33
	El análisis de los aceites:	34
	Los defectos de los aceites:.....	34
4.3.4	Posiciones Arancelarias y Tipificación	36
5	Mercado internacional.....	37
5.1.1	Producción mundial	37
5.1.2	Consumo mundial	38
5.1.3	Costos de producción y Precio Internacional.....	39
5.1.4	Oferta internacional de aceite de oliva virgen.....	40
5.1.5	Demanda internacional.....	42
5.2	Beneficios para la Argentina de los diferentes Acuerdos Preferenciales	42
5.2.1	Sistema General de Preferencias	42
5.2.2	La Argentina dentro del SGP	45
5.2.3	Argentina en el mercado estadounidense bajo el SGP	47



5.3	Marco regulatorio internacional.....	50
	Codex Alimentarius. Elaborador de Normas Internacional de Alimentos.	50
5.3.1	Normas del Codex para aceites de oliva.....	52
5.3.2	Declaración del contenido mundial.....	53
6	Mercado Estadounidense.....	54
6.1.1	Consumo de aceite de oliva en Estados Unidos	54
6.1.2	Importaciones de Estados Unidos de aceite de oliva	54
6.1.3	Dimensión del mercado.....	54
6.1.4	Importaciones	56
6.2	Cadena de Distribución y tendencias del Aceite de Oliva.	57
6.2.1	Procesos y canales de distribución	57
6.2.2	La formación de precios	59
6.2.3	Tendencias	59
6.2.4	Percepción del producto Argentino.....	60
6.2.5	Estados Unidos Regulaciones	61
6.2.6	Impuestos	64
6.3	Régimen y Tratamiento Arancelario de los EE.UU.	66
6.3.1	Regulaciones para la internación del producto.....	66
6.3.2	Modalidades de pago	67
7	Conclusión	69
8	Índice de Tablas y Gráficos	71
9	Bibliografía consultada.....	72



2 Introducción

La globalización del Comercio Internacional y los acuerdos que Argentina ha firmado y firmará con muchos países y regiones ofrecen amplias posibilidades para que en el país, se fortalezca en el desarrollo de la producción y comercialización de diferentes sectores Olivícolas, en especial de aquellos que puedan llegar a ser, como el aceite de Oliva, relevantes en los mercados mundiales. Lamentablemente nuestra región no ha aprovechado hasta el momento sus potencialidades productivas, y solamente se registra con las exportaciones en otras áreas algún grado de avance en cuanto a su participación en el mercado externo, no obstante que en esos mismos renglones perdemos participación con relación a nuestros más importantes competidores.

Adicionalmente, algunos intentos de convertir a la Argentina en potencia exportadora en el sector frutícola se han quedado, después de impulsos importantes en la fase inicial, en modestas contribuciones al sector externo regional.

En este contexto, se vienen ejecutando varios programas como el servicio de asistencia técnica integral, suministro de materia de siembra, asesoría administrativa, financiera, jurídica, ambiental, elaboración y gestión de proyectos, orientado a que el cultivador establezca unidades mínimas productivas rentables.

Estos proyectos se llevan a cabo con el fin de aumentar las posibilidades que existen en nuestro país para el cultivo y exportación de un producto que ha dejado de ser exótico en los mercados externos y que hoy registra un enorme crecimiento de su demanda en los mercados internacionales: el aceite de Oliva. Y es precisamente ese producto uno de los pocos que distingue la Argentina a nivel mundial por su volumen de producción, ocupando un claro lugar, y por los rendimientos logrados superando a Chile, principal productor y exportador mundial.

Lo anterior nos daría suficientes razones para pensar que estamos ante un gran producto de exportación. La verdad es otra: Argentina no exporta un solo kilo de Aceite de Oliva ni sus derivados, a pesar de tener una posición a nivel mundial que nos permitiría disputarle a otros países, como lo puede ser Chile, su primer lugar en el mundo, o a México, que nos supera ampliamente a pesar de estar muy por debajo de los niveles de la producción Argentina. Ahora bien, los chilenos se han tomado en serio su negocio y no solamente investigan permanentemente y mejoran sus variedades, sino que le apuestan a una de ellas, con programas de fomento al consumo en los que a lo largo de este trabajo nos enfo-



caremos a nuestra propia exportación de Argentina a los Estados Unidos, su principal mercado.

Nuestra diversidad de suelos y de climas y la experiencia demostrada en cultivos olivícolas permiten considerar esa posibilidad, y es por ello que el producto se ha considerado prioritario dentro de la propuesta de Agenda Interna Regional. Eso sí, solo se debe promover con un mayor interés e importancia variedades aptas para el mercado internacional (Aceite Oliva de 3 tipos que más adelante se mencionaran específicamente), todo lo anterior basado en estudio de demanda de clases de Aceite de Oliva alrededor del mundo.

El presente documento muestra un plan de negocios para desarrollar el cultivo de Aceite de Oliva y más específicamente, el procesamiento de aceitunas y de más componentes. Fueron preparados los capítulos de Mercados, Organizacional, financiero y operacional. Con él fin de evaluar la viabilidad de la creación de Comercializadora Internacional dedicada a la exportación del Aceite de Oliva Virgen.

DESCRIPCION DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACION

El presente trabajo plasma el estudio de factibilidad para la creación de una empresa exportadora de Aceite de Oliva, por medio de la implementación de una de selección que tiene como base, variables como afinidad cultural, idioma, importaciones del mercado objetivo, exportaciones nacionales, entre otras; por otro lado se establece cual será la estrategia de promoción, distribución y servicio. También se muestra la proyección de ventas, proceso de extracción del aceite, costos de producción, estructura organizacional, aspectos legales y financiación del proyecto todo esto con el fin de llegar a la exportación del Aceite de Oliva de la Argentina a los Estados Unidos.

Cuando se plantea la idea de la creación de algún tipo de negocio es importante realizar un estudio ordenado y profundo sobre las variables directas o indirectas que pueden llegar a afectar la realización del mismo. Por esta razón se analizan de manera separada los entornos financiero, comercial, operativo y productivo del tipo de negocio que se desea implementar, pues al ejecutar dicho análisis se puede evaluar la viabilidad del proyecto.

Todo lo anteriormente mencionado se plantea con el fin de poner en marcha un proyecto que nace de la idea de trabajo de grado para optar por el título de Licenciado de comercio Internacional de aprovechar el alto nivel de producción de Aceite de Oliva que tiene el país, dándole un uso diferente e innovador que disminuirá el alto porcentaje de desperdicio que tiene el olivícola a nivel nacional.



Como ya se mencionó, se tiene un estudio técnico bastante completo de la parte agrícola del negocio, pero no se tiene nada claro con respecto a cómo se va a comercializar el producto. De acuerdo a la evolución histórica hasta el año 2004 del consumo y la producción mundial de aceite oliva, con el asesoramiento de expertos se estimaron proyecciones de oferta y demanda hasta el año 2014. En todos los años proyectados la demanda es mayor a la oferta, siendo para el año 2014, 3,45 millones de toneladas producidas y 3,70 millones de toneladas demandadas. Algunos países presentan una tasa de crecimiento en su consumo de hasta un 10%, entre ellos Estados Unidos, Canadá, Países Asiáticos y Australia. Este crecimiento sostenido en el tiempo ha sido abastecido con importaciones, siendo los principales países abastecedores España, Italia, Argentina, Portugal y Grecia. Desde el año 2000 que esta situación empezó a cambiar, con los aceites chilenos insertándose de forma gradual en el mercado. Actualmente los aceites extranjeros sólo representan alrededor del 20% de la oferta local.

Algunos factores que contribuyen al desarrollo olivícola en la cuarta región son el clima y suelo favorables para el cultivo. Además existe cultura olivícola en la zona (plantaciones desde la década de los 70) e inversiones de empresas privadas en el rubro ya funcionando con buenos resultados como Valle Arriba, Agronoble y Oasis.

Los antecedentes mencionados hacen creer en el negocio pensado para desarrollar en la exportación de aceite de oliva de la Argentina a los Estados Unidos.

OBJETIVOS

• OBJETIVO GENERAL:

- Definir una estrategia comercial para la exportación del Aceite de Oliva de la Argentina a los Estados Unidos.

• OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Definir una estrategia genérica para la comercialización del producto.
- Realizar una evaluación para insertar una marca en Estados Unidos.
- Desarrollar un plan de marketing para cada forma de comercializar el aceite.
- Analizar la normativa que rige la extracción y comercialización de aceite de oliva virgen en los EE UU y los distintos estándares que existen.



3 Aceite de oliva: origen

El olivo es un árbol de la familia de las oleáceas, típico de climas de tipo mediterráneo, entre las latitudes 30 y 45, marcado por veranos secos, e inviernos fríos, y que puede llegar a medir hasta 15 metros de altura. Los árboles son sensibles a bajas temperaturas en su etapa de crecimiento, y presentan fuerte resistencia a la sequía y a las altas temperaturas. Gran parte de los olivares se encuentran en la región del noroeste argentino, aunque en las últimas décadas, se han registrado cultivos en otras regiones.

"La aceituna es una fruta del tipo drupa, muy oleosa de color verde al principio, logrando una coloración negra-morada, una vez madura. De la pulpa de la aceituna se obtiene el aceite de oliva, que se extrae muy fácilmente por medios de moliendas o prensas".¹

3.1 Producto

3.1.1 Generalidades del producto

El aceite de oliva virgen, es el jugo natural procedente del fruto del olivo: las olivas o aceitunas. La virginidad de un aceite se debe a que, en su elaboración, no tiene contacto, en ningún momento, con productos químicos o disolventes orgánicos.

"Este jugo, cuando se obtiene de forma natural, es decir, por procedimientos mecánicos correctos, y procede de aceitunas de buena calidad, contiene excepcionales características organolépticas: olor, color y sabor; es el único aceite vegetal que se puede consumir crudo, sin necesidad de ser refinado o rectificado, conservando íntegramente su contenido en vitaminas, ácidos grasos esenciales, y otros productos naturales de gran importancia dietética".²

Con respecto al sector olivícola, Argentina se destaca a nivel mundial, ya que éste es gran productor de aceitunas y su derivado por excelencia, es decir, el aceite de oliva, en sus diferentes calidades.

¹ Bescos Torres, Modesto: Factoring y franchising: nuevas técnicas de dominio de los mercados exteriores. Ediciones Pirámide; Madrid; ES; 1990m,Ed.

² Informe del Sector Olivarero. Subsector Productor de Aceite de Oliva, Dirección Nacional de Alimentos, SAGPyA, 2003.



La calidad del aceite de oliva es determinada básicamente por 2 momentos claves: la cosecha temprana y, cualitativamente, discriminante, y la prontísima molienda y prensado de las olivas (en el mismo día de cosecha).

Los buenos aceites, jamás son de "cosecha tardía": las olivas tienen un envero similar al de las uvas; la cosecha ocurre poco después de éstas, y se prolonga desde el otoño hasta el invierno, durante casi 4 meses, con variedades de maduración más temprana o tardía. Idealmente, las drupas deben ser cosechadas entre el color verde y su primer tinte violáceo, antes de que viren al marrón oscuro. La fruta caída al terreno o magullada, al cosecharla, es imperfecta para el buen aceite de oliva, pues se introducen factores microbiológicos imponderables, además de un posible gusto a tierra.

En Argentina, la mano de obra para la cosecha de aceitunas es un aspecto, tan o más crítico, que para las uvas. La mejor de las cosechas puede ser estropeada por conflictos laborales o complicaciones logísticas, tales como el piquete que detiene a un camión cargado de olivas bajo el sol durante horas, o la escasez de transporte, energía o combustible, cada vez más habitual en los últimos años.

El productor, inevitablemente, acumula en sus depósitos, aceites de distintas calidades y variedades, que el oleólogo mezcla en proporciones adecuadas para lograr el producto deseado; así, las mejores partidas son destinadas a la exportación más exigente y pagadora, en tanto que las de menor valía (eventualmente mezcladas con remanentes de anteriores cosechas), van al mercado interno y a mercados externos menos exigentes, como el brasileiro.

Tanto, "la producción del aceite de oliva, como la de las olivas per se, han experimentado, durante la última década, un notable crecimiento del orden del 14% para el aceite, y del 67% para las aceitunas de mesa, lo que ha dado como resultado, una mejora en la cantidad y calidad de dichos productos para nuestro país, a nivel mundial. Esto lo ha llevado a que ocupe el 12° puesto en la elaboración de aceite de oliva"³.

De la mano de este crecimiento, el sector ha atravesado un período de gran expansión territorial, con los beneficios que ello supone, en cuanto a cantidades de toneladas de aceitunas y derivados, conservas y aceite de oliva, en sus diferentes calidades. La producción nacional de aceite de oliva se encuentra actualmente en expansión, como consecuencia del aumento del consumo interno, las sequías imperantes

³ Understanding the Codex Alimentarius , Third Edition, World Health Organization, Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome, 2006.